

### ■ Agencia Catalana de Consumo

Cataluña cuenta con una nueva Agencia Catalana de Consumo, creada por la Ley 9/2004, como organismo competente para planificar, impulsar y ejecutar las políticas autonómicas en materia de defensa y protección de los consumidores y usuarios.

Para cumplir sus objetivos debe cumplir las siguientes funciones:

- Orientar, informar y asesorar a los consumidores y usuarios sobre sus derechos y forma de ejercerlos.
- Promover e impulsar estudios y evaluaciones de consumo para poder informar a los consumidores.
- Fomentar el desarrollo de asociaciones en materia de consumo.
- Promover la formación de los consumidores.
- Fomentar las prácticas de un consumo social y ecológicamente sostenible.
- Promover la educación de los jóvenes en los hábitos de consumo responsable.
- Cooperar con la Administración que ejerce competencias en materia de consumo potenciando el despliegue de oficinas locales de información.
- Impulsar la protección legal del consumidor.

Se trata de un órgano colegiado que actuará a través de servicios territoriales, dotado de las ventajas de agilidad y autonomía que tienen las agencias en la Administración.



### ► Normativa europea sobre trazabilidad y seguridad alimentaria

Desde principios de 2005 son de aplicación las disposiciones clave y requisitos generales de la normativa comunitaria alimentaria sobre trazabilidad. Su aplicación afecta a todos los eslabones de producción, transformación y distribución alimentarias y a todas las empresas alimentarias con destino humano o animal.

La Unión Europea ha establecido un grado elevado de protección en materia de alimentación de manera que los requisitos legales exigidos pueden llegar a plantear problemas a los operadores en una primera etapa, pues la normativa pivota sobre un principio general: no deben ser comercializados los productos que no ofrezcan seguridad (tanto porque sean nocivos como porque no sean aptos para consumo humano).

La nueva normativa considera que es la empresa alimentaria la mejor capacitada para diseñar un sistema seguro de suministro de alimentos y conseguir que éstos sean seguros. Desde el pasado mes de enero son de aplicación los preceptos sobre responsabilidad de la empresa ali-



mentaria, debiendo asegurar que en todas las etapas de producción, transformación y distribución se cumplen los requisitos legales de seguridad; por ello, si un explotador considera que alguno de los alimentos no cumple los requisitos de seguridad alimentaria, debe proceder a su inmediata retirada del mercado y además reserva en los últimos eslabones de la cadena alimentaria ciertas funciones de control a los titulares de la venta al por menor o distribución.

Por otra parte la normativa exige el adecuado etiquetado e identificación de todos los alimentos comercializados, por ello la trazabilidad está comenzando a ser un instrumento real para dilucidar una posible responsabilidad.

La normativa básica de la UE en esta materia está recogida en el Reglamento CE 178/2002, que establece requisitos de la legislación alimentaria y fija procedimientos sobre seguridad alimentaria.

## ► La seguridad de los productos en Europa

Se ha publicado la Guía voluntaria para la aplicación de acciones correctoras que garanticen la seguridad de los productos en Europa, dirigida a los responsables del control de calidad y cumplimiento legal de los operadores de la empresa alimentaria en las instalaciones del cliente o en otro lugar.

La guía señala que antes de acometer acciones correctoras es preciso describir el nivel de peligrosidad ante el consumo potencial de un alimento contaminado. Las acciones correctoras deben incluir las acciones siguientes:

- Cambio de diseño de los productos.
- Retirada de productos de la cadena de distribución.
- Envío de información y advertencias sobre el uso correcto de los productos a los consumidores.
- Modificación de los productos.
- Retirada de productos de los consumidores para su sustitución o abonar el reembolso.

Por lo general, la evaluación del riesgo debe ser realizada por una persona o equipo con experiencia en el producto y en el peligro que conlleva, la evaluación consta de varias fases que examinan los siguientes aspectos:

- La naturaleza del peligro.
- La causa del peligro.
- El repertorio de productos afectado.
- Las personas afectadas (usuarios, terceros, etc.).
- Caracteres que afectan a la peligrosidad: manejo adecuado del producto, caducidad, etc.



## ► Prácticas comerciales desleales

La Unión Europea debate en la actualidad una propuesta de directiva sobre prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior

Esta propuesta de directiva del Parlamento Europeo y del Consejo ofrece varios argumentos para determinar si una práctica comercial utiliza la coacción, el acoso o la influencia indebida, lo cual deberá ser tenido en cuenta para determinar si una práctica es o no agresiva. Esta nueva reglamentación pretende establecer una prohibición general de alterar el comportamiento económico de los consumidores. La nueva reglamentación se centra de lleno en la publicidad y el marketing unificando los aspectos jurídicos que hasta ahora regulaban esta materia.

La nueva directiva tiene sus antecedentes en lo establecido en el Libro Verde sobre protección de los consumidores, donde se estableció la necesidad de modificar la normativa regulando las barreras al suministro transfronterizo de bienes y servicios, pues el principal problema que se planteaba en esta materia era la diversidad de legislaciones nacionales sobre prácticas comerciales entre operadores y consumidores.

El texto normativo define las circunstancias que determinan si una práctica comercial es desleal, pero no impone condición ni requisito alguno que los comerciantes deban observar para demostrar que sus prácticas son leales. La propuesta incluye un listado de prácticas desleales que declara prohibidas y las define como aquellas que son contrarias a los requisitos de la diligencia profesional, y distorsionan o pueden distorsionar de manera sustancial el comportamiento económico con respecto al producto del consumidor medio al que se dirige, recogiendo dos clases de prácticas desleales:

- a) La práctica engañosa: toda práctica comercial que del modo que sea haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado, al inducirle o poder inducirle a error con respecto a las características principales del producto: disponibilidad, beneficios, riesgos, composición, fecha de fabricación, usos, origen o resultados.
- b) La práctica agresiva: aquella que mediante actividad de coacción, acoso o influencia indebida disminuya o pueda disminuir de hecho de manera apreciable la libertad de elección o conducta del consumidor medio con respecto a un producto y le haga o pueda hacerle tomar decisiones sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

*Esta sección ha sido elaborada por Víctor Manteca Valdellando, abogado*